

gettyimages®



Stories & Trends

[Consejos y trucos](#)[Detrás de la lente](#)[Soluciones para pequeñas empresas](#)[Toda la cobertura de acceso](#)

¿Qué hace que una imagen sea icónica?

Mirar hacia atrás en la historia

2 septiembre, 2014

por **Evie Salmon**

Evie Salmon is a lecturer and fellow at the University of Cambridge, and was a Creative in Residence at Idea Generation Gallery in London.

¿Qué hace que una imagen sea icónica?
¿Qué es un icono? ¿Cómo consigue ese
estatus una fotografía?

Detalles de la imagen principal

[79855247/Terence Donovan/Getty Images](#)

Comparte este artículo



Etiquetas

La [colección Master de Getty Images](#) captura las personas, los lugares y los momentos que han dado forma a la historia. Nuestro libro electrónico a continuación, muestra los perfiles de algunos de los fotógrafos más prolíficos del siglo XX y su obra.

Pero ¿qué hace que una imagen sea icónica? ¿Qué es un icono? ¿Cómo consigue ese estatus una fotografía? Le hemos pedido a [Evie Salmon](#), escritora, artista y crítica cultural, que comparta con nosotros su punto de vista.

Crear una imagen para ser observada, enmarcada y exhibida de forma que sobreviva tanto al creador como al modelo, significa en realidad crear un objeto de culto. Podría afirmarse, entonces, que la fotografía no se limita a registrar el icono, sino que también lo genera.

"Icono" significa "imagen". La palabra también hace referencia a un tipo de imagen determinado que, más que simbolizar algo, parece un objeto. Una fotografía es icónica porque cuando observamos álbumes antiguos, vemos los rostros de nuestros seres queridos, el mal tiempo de aquel día en la playa o los horribles peinados. Un texto es simbólico porque, cuando desenterramos viejas postales, leemos un nombre, pero no vemos un rostro. El revoltijo de cartas nos cuenta aquel viaje hasta el mar, pero deja espacio para que nuestra mente de algún modo evoque el resto. La escritura presenta una serie de imágenes que debemos descodificar, mientras que la fotografía, la pintura y el vídeo transmiten imágenes que, en principio, son un claro reflejo de los objetos que registran.

"Icono" también puede tener una tercera connotación cultural. Describe una imagen, una persona, una acción o un objeto con un significado obvio, a la vez que sugiere otra idea que, aunque no resulte tan evidente, probablemente sea mucho más significativa. Este es el territorio de los iconos religiosos, por ejemplo: un cuadro que refleja un personaje o una escena espiritual. La imagen representa en parte esa figura, pero al mismo tiempo sirve de medio espiritual para la oración. Sirve al espectador como medio para acceder a lo divino. Entonces, un icono es dos cosas a la vez: es una imagen y una idea, es tanto un signo como un símbolo.

Celebridades icónicas de los 60

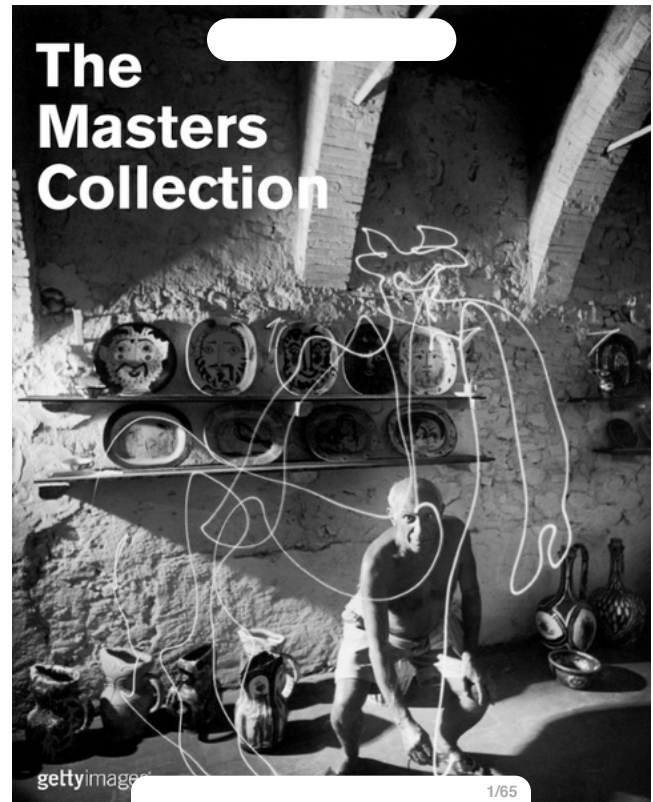
Los retratos fotográficos del siglo XX, en especial las obras de [Brian Duffy](#) y [Terence Donovan](#), muestran con claridad el extraño poder que ejercen las imágenes icónicas. Junto con [David](#)

ARCHIVE FOTÓGRAFO ICONIC PHOTOGRAPHER

Bailey, Duffy y Donovan se encontraban al frente de la revolución de la fotografía de famosos en los 60, directamente vinculada a la instauración de Londres como ciudad de moda en 1966. Sus nítidas imágenes en blanco y negro eran la prueba irrefutable del rápido desarrollo de la fotografía, que había dejado atrás la tenebrosidad del color sepia, característico del siglo XIX. Los temas de algunas de sus imágenes más famosas nos han desvelado el potencial de la fotografía como forma artística, además de su eficacia como medio de registro.



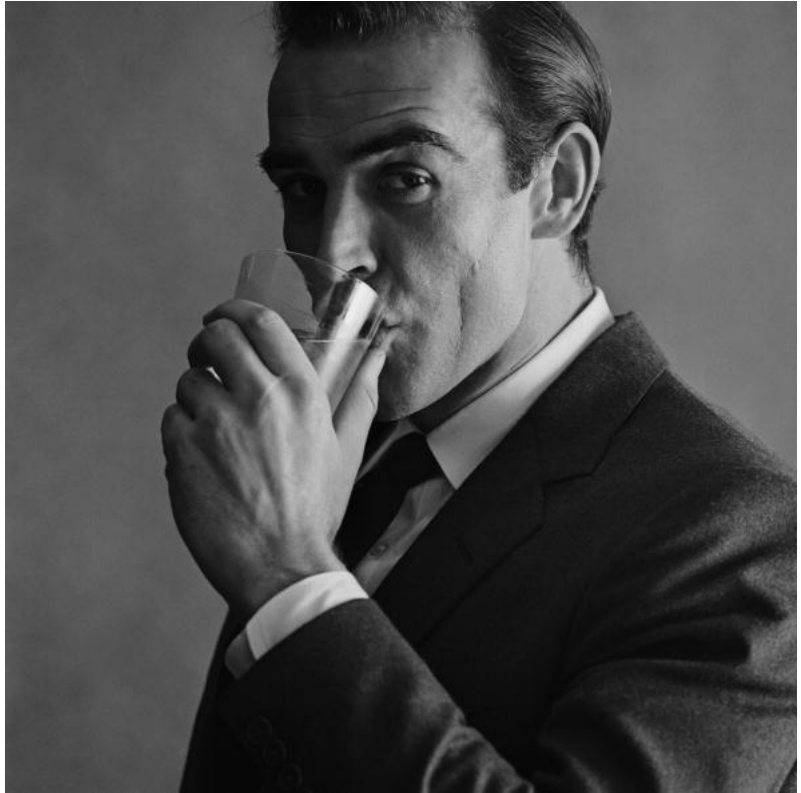
Pensemos, por ejemplo, en el retrato de Twiggy "Union Jack", obra de Donovan, de 1966. El concepto de base es muy sencillo. Una modelo de belleza impactante posa ante la bandera británica. Se trata de un nuevo enfoque del "traje típico"; en lugar de limitarse a presentar un elemento relacionado con Gran Bretaña, el fotógrafo confronta al espectador con él. Puede que en 1966, Gran Bretaña no tuviera el poder imperial de la *Pax Britannica*, pero la imagen sugiere la continuación de su dominación cultural. La combinación del "rostro de 1966" con un elemento tan específico como la bandera nacional relaciona en exclusiva a Gran Bretaña con la alta costura, los diseños más vanguardistas y la ambigüedad sexual. El resultado es una reinención de lo británico, que se despoja de su lado más conservador y austero en pro de la liberación social y el potencial creativo.



Icono y publicidad



Los retratos de [Joan Collins](#) y [Sean Connery](#), realizados por Donovan, llevan esta doble sugerencia un paso más allá. En estas imágenes tomadas para campañas publicitarias entre 1962 y 1966, Collins promocionaba a [Vidal Sassoon](#) y Connery se asocia con [Smirnoff Vodka](#). Ambas son composiciones excelentes, en las que el rostro asume el protagonismo hasta tal punto, que el producto en cuestión queda casi eclipsado. Al igual que en la fotografía de Twiggy, ambas tomas son conceptualmente muy sencillas: una mujer mira a la cámara, un hombre toma una copa. Pero, por supuesto, muy poco queda al azar en estos retratos aparentemente tan naturales. En particular, Joan Collins es quien mira y Sean Connery es quien bebe.



Se trata de personas que nos resultan familiares, personas en las que desearíamos convertirnos, y por ese motivo las fotografías dejan de ser imágenes para observar. En su lugar, invitan al espectador a dejarse llevar por lo que sugieren. Utiliza Vidal Sassoon y podrás llevar la glamurosa vida de una estrella de cine; bebe vodka Smirnoff y podrás hablar, luchar y ligar como [James Bond](#).



Esta capacidad de sugestión es lo que el lingüista francés [Roland Barthes](#) describe como la

acción de la "mitología", es decir, la capacidad de un signo o un símbolo para comunicar "lo que no hace falta decir". Los retratos de Michael Caine, realizados por Brian Duffy para el Sunday Times en 1965, gritan el elemento icónico desde su silencio. En una de las tomas podemos ver un primer plano del perfil del actor, enmarcado por un vacío blanco. Caine mira a alguien fuera de cámara y parece estar a punto de hablar. Aquí podemos ver al joven y célebre actor, pero también al orador y pensador, a un Caine más intelectual. Caine no está vendiendo un producto (a excepción, claro está, de su última película) y tampoco es un simple actor: deberías escuchar lo que tiene que decir.

¿Qué hace que una fotografía sea icónica?

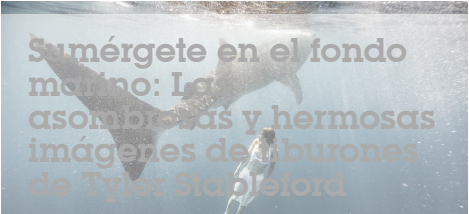


También podría gustarte



La pregunta que surge en nuestra mente, llegados a este punto, tiene que ver con la motivación que se encuentra en el fundamento de la creación fotográfica. El desarrollo de la tecnología fotográfica coincidió en el tiempo con el deseo de los aristócratas victorianos de conservar y registrar su evidente "grandeza". Las ventajas materiales de la fotografía ofrecían una forma de retratar su poder y opulencia para la posteridad. En parte, esta intención sigue siendo válida para la fotografía de famosos. Se retrata a los modelos porque constituyen iconos en su campo de actividad particular. Entre otros, Duffy también fotografió a [John Lennon](#) en 1965 y a [Harold Wilson](#) en 1966. Ambos habían alcanzado un importante estatus social y cultural antes de situarse ante el objetivo de la cámara, y ese prestigio constituía la garantía de producción de la fotografía. Cuando observamos los retratos de Duffy y Donovan, lo que encontramos es una colección de imágenes icónicas. Esto significa que los fotógrafos nos presentan los rostros más representativos de su tiempo.

¿Qué hace que una fotografía sea icónica? El uso de este adjetivo requiere que la obra se sitúe en la frontera entre forma y contenido. La realización de fotografías es un proceso libre y de fácil acceso para todos. Es barato, rápido y flexible. Como método de registro, el atractivo constante de una imagen fotográfica parece depender de la importancia del sujeto retratado. No obstante, el proceso conlleva un elemento mágico propio. Crear una imagen para ser observada, enmarcada y exhibida de forma que sobreviva tanto al creador como al modelo, significa en realidad crear un objeto de culto. Podría afirmarse, entonces, que la fotografía no se limita a registrar el icono, sino que también lo genera. En 1839, el matemático y astrónomo [Sir John Herschell](#) estudió la química de la fotografía para desarrollar un método de registro de las estrellas eficaz. Por su parte, la explosión de la fotografía de famosos en el siglo XX sugiere que fotógrafos como Duffy y Donovan desarrollaron un modo de crear estrellas ellos mismos.



Tú estás aquí

CASA > TODA LA COBERTURA DE ACCESO > MIRAR HACIA ATRÁS EN LA HISTORIA >

¿Qué hace que una imagen sea icónica?


Comparte este artículo



Tus pensamientos

1 Comment

Sort by Top



Add a comment...


 **Camila Herrera** · UIS

Imagen icónica de un lugar

Like · Reply · Oct 15, 2015 4:32pm

Facebook Comments Plugin

About us	Services	Tools	Other sites
Sala de prensa	De misiones	Getty Images aplicación	Getty Images
Centro Social	Derechos y despacho	Calendario Archivo	iStock
Carreras	Servicios de investigación	Catalizador	Thinkstock
Contáctenos	Conecte API	Herramienta de intercambio de ideas	Photos.com
Afiliados	Getty Images Gallery	Moodstream	
Comunidad	Media Manager		
	image.net		
	Incrustar		